



УДК 81'42

**К ВОПРОСУ О ПОВТОРЯЕМОСТИ, ВОСПРОИЗВОДИМОСТИ И АНАЛИЗЕ
МЕДИЙНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОММУНИКАТИВНОГО СОБЫТИЯ****ON THE REPEATABILITY, REPRODUCIBILITY AND EVALUATION
OF COMMUNICATIVE SITUATIONS IN MEDIA****А.Г. Пастухов
A.G. Pastukhov***Орловский государственный институт культуры,
302020, Россия, г. Орел, ул. Лескова, 15**Oryol State Institute of Culture,
15, Leskov Str., 302020, Oryol, Russia**E-mail: pastukhov_alexander@yandex.ru*

Аннотация. В статье анализируются основные параметры и обусловленность ситуаций массмедийной коммуникации, ее способности отражать действия «встроенных» инструментов, определяющих процесс информирования в современных медиаполитических системах. В данном динамическом процессе медиа выносят на всеобщее обсуждение вопросы, вызывающие споры и обнаруживающие различия во мнениях и трактовках позиций. Основной акцент в работе сделан на изучении повторяемости, воспроизводимости и качественном анализе медийного набора тем (топиков), определяющих характер их продвижения, а также всего процесса политического взаимодействия, формулирования мнений, стремления к политическому доминированию в условиях, когда политическая повестка дня «перемальвает» медийную.

Abstract. The paper explores the situations of mass-mediated communication in its function to be "fitted" and "built-in" tools that accomplish the information policy within the contemporary political systems. In the process the media bring to the public debate issues that can cause disputes, occur differences of opinions and interpretations. The focus of the paper lies on the study of repeatability, reproducibility and analysis of media sources in which the updated set of topics determines the actual importance and promotion of the political framework, when the offered opinions grind the political and media agenda for global goals of political domination.

Ключевые слова: медиадискурс, медийная повторяемость, динамизация, медиаэффекты, медийная повестка дня, акторы.

Keywords: media discourse, media repeatability, media effects, media agenda, actors.

Введение

В современных медиаполитических процессах задействовано множество самых разнообразных сил. В условиях демократии, предполагающей господство широких слоев общества, интерес к политическим решениям связывается, прежде всего, с информированием и плюрализмом мнений. Массовая коммуникация в этой ситуации, по понятным причинам, не всегда способна обеспечить идеальную обратную связь с реципиентами, хотя современные медиа и пытаются реализовать последнюю. Анализ медиа показывает, что вся система медиапредложений во многом складывается под влиянием процессов медийного воздействия и медийной рецепции [Пастухов, 2008, с.273].

Темпорально массовая коммуникация индифферентна, т.к. она апеллирует к широкой публике и принципиально доступна для всех реципиентов [Janich, 2000, S. 326]. Палитра мнений, продуцируемая массмедиа, активно подпитывает интерес и стабилизирует спрос на самый «ходовой» товар – мнения и аргументацию. Как же протекают эти процессы и каковы приемы деятельности современных медиа, определяющие ныне скорость передачи информации, которая, похоже, начинает цениться даже больше, чем ее содержание? По вполне понятным причинам, в центр исследовательского интереса попадают именно те формулы и конструкты, посредством которых рождаются, регулируются, транспонируются и транспортируются темы, отражающие суть контroversных заявлений политиков и общественных деятелей. В результате этого возникает весьма эклектическая картина восприятия событий окружающего мира, потребность в упорядочении которой регулируется через медийную повестку дня [Пастухов, 2010, с.180]. В системе средств политической коммуникации это означает выработку и регулировку особого набора инструментов, использование



которого поддерживает и обеспечивает устойчивый интерес медиа (и в медиа) к восприятию событий, формированию мнений в самых различных контекстах речевого поведения.

Как известно, политические темы традиционно отличаются высоким градусом общественного звучания. И если раньше власть держалась на тайне, то ныне политика предоставляет широкие возможности выражения открытого отношения к ней. Медиа, в свою очередь, дозируют видимые и невидимые связи, выводят политические события в ранг spectacularных и fascinatивных [Пастухов, 2013, с. 162], превращают политиков в актеров и медиаидолов. Их живая, непосредственная активность (уже не актеров, но акторов) проявляется на партийных съездах, в интервью и ток-шоу, публичных выступлениях, демонстрациях и т.п. Медийный имидж дополняет политические действия и тем самым медиатизирует субъекта. Успешный политик – это не просто политический функционер, а звезда в том смысле, как она понимается в индустрии развлечений, т.е., по сути, в политейменте, в котором политика представляет собой неразрывное единство новости, рекламы и развлечения [Больш, 2011, с. 56].

Актуальность обсуждаемой проблематики определяется, таким образом, необходимостью осмыслить все эти закономерности, дать их качественный анализ и рассмотреть в условиях дискурсивной фиксации информационного потока. Это предполагает специальное и, по возможности, детальное изучение того, как в дискурсе происходит порождение информации, как она репрезентируется, как членится и как воспринимается реципиентами и носителями языков и культур.

Решая коммуникативные и когнитивные задачи, участники общения (в первую очередь политики), «встроенные» в систему медийного соревнования, сами оказываются субъектами процесса производства медиа. При этом формирование стиля медиа (не в смысле функционального) и установление оценок в нем, борьба за целевые аудитории и ценностные ориентиры предопределяет стремление общества к самым решительным действиям. Иначе говоря, характер производства информации определяется в первую очередь господствующим положением медиа. Благодаря ему достигается установление современной медиадемократии, что требует понимания активных (видимых и невидимых) повторяемостей в медиа.

Таким образом, в фокусе нашего исследовательского интереса оказывается та интуитивно ощущаемая «неопределенность», существующая на перекрестке мнений, которые регулярно тиражируются в новых формах и форматах, отражающих истинные и/или мнимые ценности. Повторяемость медийных процессов и реакций на них как раз и свидетельствуют о неподдельном интересе и, возможно, искусственном приобщении к сути социальных явлений, экстраполяции тем общественного интереса и вытекающего из этого (пере)-форматирования политической и медийной повестки. Другими словами, в борьбе за нахождение в (эпи)центре политического и медийного (взаимо)действия следует учитывать не только градус риторики различий, но и освоить «понимание» общего сценария в разыгрывании спектакля, подобно тому, как это происходит в упомянутой нами индустрии развлечений.

Политическая коммуникация как сфера воспроизводства медийной активности

Тезис о том, что политэлиты и «их» медиа превращают политику в своего рода товарную марку (политический бренд), а политическое действие в шоу, отчасти объясняет причины успеха/неуспеха медийной политики, а также общие параметры медийной коммуникации. С точки зрения ее участников, а также формального уровня представления информации аудиториям, влияния ее на формирование мнения и т.п., мы получаем необходимость уточнения общей методики изучения подобных практик. Эти методы, как известно, развивались в ходе исторического развития и каждодневного взаимодействия внутри различных социальных групп. В их числе оказываются практически те же методы, что и при продаже любого другого товара, когда покупатель хочет знать, не становится ли он жертвой искусного обмана [Müller, 2009, S. 129].

Каковы же главные из них? Рассмотрим их на основе тех дискурсивных стратегий и частных приемов, реализуемых в медиатексте. Какие из них можно считать типичными – если не сущностными – в процессе фокусировки внимания на установлении и интерпретации причин, осмыслении условий порождения текста, способов и средств, влияющих на реализацию динамических дискурсивных стратегий в медиасреде? Ведь известно, что «трансформирование информирования в манипуляцию связано с анализом целого ряда возможностей верифицирования предлагаемых объяснений, а также разработкой соответствующих приемов» [Гришаева, 2014, с. 188].

Для политической коммуникации это означает еще и учет определенного настроя, т.н. политической партиципации, политического интереса, политического знания, политической компетенции [Gabriel, 2005, S. 457; Niedermayer, 2005, S. 20]. Контекстные переменные (макроуровень) определяют пред-программированную демократическую vs. тоталитарную культуру, в которой доминируют легальные конвенциональные и неконвенциональные, а также нелегальные и недемократические политические коммуникативные действия. Последние играют роль посредника в коммуникации и, возможно, претендуют на особое место – события – в политической (властной) коммуникации граждан и общественных институтов [Пастухов, 2015, с. 162].

Дискурсивные технологии при этом выступают как инструмент перехода от объективистского подхода к социальному миру, к дискурсивному взаимодействию в нем. Дискурсивное взаимодействие



– это не саморазвивающийся процесс, а процесс, сконструированный технологами для повышения эффективности коммуникации [Плотникова, 2008, 138-140; Плотникова, 2015, 72-73]. Можно предположить отсюда, что «главная сила дискурса будут заключаться в производстве способов означивания, интерпретаций объектов действительности, в принуждении к определенным схемам мысли и чувствованиям [Якоба, 2015, с. 189]. Очевидно, что и язык в этом случае реагирует не только на необходимость выражения и передачи мысли, но и на возможные их искажения и сокрытия. Политики, журналисты, коммерсанты и т.д. строят свои высказывания, «камуфлируя» истинный смысл [Там же].

В изучаемом контексте невозможно обойтись без обращения в качестве эмпирического материала к медиатекстам. Они, как пишет Л.И. Гришаева, отражают характерные закономерности, имманентные именно медиатекстам и/или медиадискурсу, т.е. анализ медиатекста оказывается в качестве одной из приоритетных задач. Кроме того, «медиатекст и/или медиадискурс становятся источником примеров, иллюстрирующих те или иные особенности более общих феноменов, например, политического дискурса. Особенности организации текста, процессы категоризации и концептуализации сведений о мире представляют собой результаты наблюдений, которые способствуют формулированию более общих закономерностей, в то время как выявление особенностей медиатекста и/или медиадискурса становится своего рода бонусом, получаемым дополнительно к основному результату [Гришаева, 2014, с.15-16].

Вполне понятен поэтому интерес относительно того, как в медиа представлены информационные запросы общества. При этом происходит «формирование идеологического поля текста, в котором функционирует тот или иной ключевой концепт. ... Медиадискурс непрерывно поступающей к адресату массой текстов создает образ явления, выпячивая, подчеркивая, или, может быть, навязывая общественному сознанию ту или иную его сторону [Майданова, Чепкина, 2011, с. 245].

Как известно, медиатексты адресуются, прежде всего, коллективному субъекту, т.е. принимают во внимание знание, разделяемое всеми носителями конкретной языковой культуры. Они являются полиадресатными, поскольку их синхронно воспринимают разные носители языка и культуры, обладающие разной личностной, но одной коллективной идентичностью. Именно поэтому медиатекст обладает таким мощным потенциалом воздействия, что зачастую реципиент воспринимает сконструированную медиаресурсами дискурсивную реальность как более реальную по сравнению с действительностью, существующей в его сознании параллельно с медийной фиктивной, сконструированной, реальностью [Гришаева, 2013, с. 31].

По верному замечанию В.И. Карасика, при моделировании медиадискурса необходимо также учитывать разнообразные типы общения, разновидности статусно-ориентированной коммуникации, участники которой действуют в рамках относительно жестко запрограммированных установок, обусловленных нормами и правилами социальных институтов, что предполагает выделение и описание компонентов коммуникативной ситуации (цель, участники, хронотоп, ценности, стратегии, жанры и формульные выражения того или иного дискурса) [Карасик, 2014, с. 10].

Коммуникативное vs. социально значимое событие

Центральным моментом в представлении событий действительности является фактуальная информация, которая носит не только «отражательный», но и интерпретативно-оценочный характер [Негрышев, 2014, с. 78]. Что же влияет на представление события в качестве «социально значимого»? Под социально значимыми событиями мы предлагаем, вслед за Т.Р. Красиковой, считать факты реальности, несущие в себе информацию, представляющую важность для широких социальных групп (целевой аудитории) [Красикова, 2014, с. 98]. В своих исследованиях Т.Р. Красикова выделяет семь типов событий, главным критерием дифференциации которых становится информационный повод, т.е. акцентированность на сообщении, произошедшем в реальности и реальном времени. Приводимая ниже классификация отражает, в принципе, традицию, сложившуюся в исследовании коммуникативного события, прежде всего, как новостного нарратива. Последний обнаруживает целый ряд приемов конструирования не только на языковом уровне (морфологии, лексики, синтагматики), но и в плане новостного сюжета, как нарративного. См. также: [Баранов, Паршин, 1986, с. 111-112]. Они актуально «событийны» и отражают различную степень регулярности (повторяемости):

1) События-происшествия (криминал, чрезвычайные ситуации); 2. События-конфликт (противоречия между интересами разных социальных групп, отдельных личностей, институтов; нарушения привычного течения общественной или частной жизни); 3) События, в центре которых необычное явление, неординарный поступок (уникальные люди или беспрецедентные действия); 4) События, которые касаются изменений жизни общества; 5) События из жизни известных людей (повышение общественного интереса); 6) События, иллюстрирующие и объясняющие действия власти; 7) Событие-«созидание» (положительный сдвиг или итог в развитии общественной системы, прогресса или явления) [Красикова, 2014, с. 99-100].

В.Д. Шевченко пишет в продолжение мысли, что место событий, как компонент, передаваемой в дискурсе коммуникативной ситуации, становится доминантой, поскольку обращает внимание на связанную с этим же местом другую ситуацию. При этом возникает локальный фон, состоящий из тесно связанных между собой языковых и когнитивных элементов, отражающий общий



пространственный компонент ситуации. Привлекая внимание к нему, автор как бы соединяет ситуации друг с другом и определяет связи между разными ситуациями, становясь своего рода доминантой, что обеспечивает полное и широкое представление когнитивной модели события, в т.ч. его доминантный компонент – локус [Шевченко, 2015, с. 46].

Попытка упорядочения массива коммуникативных событий (КС) вполне может быть сопоставлена с другой системой координат – матрицей рекуррентного воспроизведения событий в медиа. Понятно, что все они являются отражением манипулятивных приемов, заключающих КС в жесткие рамки «новостного» нарратива. Т.к. именно «новости», по мнению Бодрийяра, не только информируют о том, что происходит в мире, но и предлагают свою версию событий. Их содержание в большей степени зависит от настроения и политической позиции журналистов, их связей с ньюсмейкерами, чем от того, что реально произошло в мире. Критерии отбора новостей [Пастухов, 2009, с. 257] показывают, что журналисты по преимуществу симулируют реальность. Часто за пределами выпуска остаются «другие» новости, отчего картина мира оказывается неполной [Пастухов, 2015, с. 163].

Медиасобытие показывает, что в современном мире нельзя полагаться на четкое различие между «реальным» событием и его медийной репрезентацией ... мы не можем работать с идеей о том, что «реальное» более важно, значительно или даже «истинно», в сравнении с его репрезентацией. Медиасобытие – это не просто репрезентация того, что произошло; оно имеет свою собственную реальность, вбирающую внутрь себя реальность события, которое может ему предшествовать или не предшествовать [Fiske, 1994, p. 2].

По большей части медиасобытие создается истеблишментом и служит его легитимации, одновременно выполняя функцию интеграции общества. Митинги, протестные движения и т.п. часто не вписываются в ритуальную модель медиасобытий, но способствуют миссии поддержания элит и консолидации социума. И хотя протесты не всегда находятся в фокусе внимания мейнстрим-медиа, все же они конструируются как тревожащий общественный феномен [Ним, 2016, с. 57], реализуются в виде допустимого, разрешенного, ритуального хаоса, являющегося частью социального порядка и требующего одобрения истеблишмента. Поэтому, структурно будучи разрушающими, функционально протесты могут быть интегрирующими – как ни парадоксально это звучит [Ним, 2016, с. 58].

Говоря о языковом репертуаре современного медиаполитического ландшафта России в целом, следует сказать, что во многом на Западе он воспринимается еще как язык постсоветского периода («постновояз»). Существующий в рамках нынешнего российского общества, отбросившего в 1991 г. определение тоталитарного и принявшего разумом и сердцем демократические постулаты, по сути, в языке российских медиа отмечается серьезное переосмысление позиций. Язык приобрел свой новый статус, пока еще в недостаточной мере определенный. Фиксация новаций сложна еще и в силу динамики современных медиапроцессов, для которых характерны интернационализация и глобализация, открытость иноязычным влияниям (англицизмы), прежде всего, на лексическом уровне. Интернационализация – это не просто проникновение большого массива интернациональных слов, но и проявление различных квазиуниверсальных хронических тенденций. На уровне синтаксиса отметим аналитизм структуры предложения в печатном медиатексте. Сюда же следует отнести и другие приемы, отражающие широкий диапазон средств медийного воздействия: от решительности, настойчивости в отстаивании своего мнения до безапелляционности и отсутствия сомнений, «вбросы» компромата, распространение слухов или прямой обман и т.п.

Рассмотрим действие этих приемов на актуальных примерах медийного речеупотребления.

1.1. Повторы

Наиболее распространенным приемом являются повторы. Если представители политики, бизнеса, научных кругов и медиа хотят вывести в центр общественного интереса какое-либо новое событие или явление, то их главная задача и одновременно самая большая проблема – заставить реципиента поверить в нее. Финансовый кризис, разразившийся в 2014 г., перекинулся и на Россию с ее солидной «подушкой безопасности». В этой ситуации настойчиво заявляется о целях экономии для всех: банков, пользователей услуг, каждого гражданина. Этому можно найти множество подтверждений в сообщениях медиа:

(1) Работодатели начали экономить на добровольном медстраховании сотрудников. Правда, пока это выражается не столько в уменьшении количества заключенных договоров, сколько в сокращении бюджетов. Пересмотру подвергаются и другие статьи расходов на персонал, но штаты в большинстве компаний пока остаются неприкосновенными.

Большое количество медиасообщений призывают к патриотичности в данной ситуации. Нужно экономить (а сделать это предлагается, прежде всего, простым гражданам), в то время как банки государственного сектора, а также ряд частных банков стремятся попасть под защитный зонтик государства. Повтор, как прием информационного доминирования, является едва ли не единственным способом прочно «поместить» сообщение в сознание реципиента. Одно из непопулярных решений в



период кризиса, связанное с сокращением расходной части бюджета, то и дело, в разных вариантах подается на страницах печати:

(2) «По мнению Кудрина, раздутый бюджет тормозит экономический рост, и приступить к болезненному секвестру рано или поздно придется. Первым шагом мог бы стать отказ от субсидий убыточным предприятиям и ускорение приватизации».

Та же мысль, но несколько в другом ракурсе звучит в следующем контексте:

(3) «Стагнация в российской экономике началась с 2012 г., а в первом квартале 2013-го темпы роста ВВП по отношению к аналогичному периоду предыдущего года сократились с 5,3 до 0,6%, что даже больше, чем падение ВВП в первом квартале 2015-го. ... Сложившаяся ситуация «не была своевременно замечена», и планирование бюджетных обязательств ... было продолжено без учета произошедшего падения темпов роста ВВП».

Еще одной темой, рекуррентно отображающей события последнего времени, является проблематика экономических санкций. В статье «Экономические санкции против России: взгляд из Европы» указывается, что среди ключевых проблем сегодняшней Европы мало кто из европейцев в состоянии думать о возможном горячем сценарии конфликта, что связывается в т.ч. с боязнью и невозможностью западного общества защитить себя от «недемократических сил» в России.

(4) Бывший премьер-министр Польши Д. Туск недоволен отсутствием антироссийского единства среди европейских политиков. «Некоторые политики в Европе готовы поверить, что есть шанс доброй воли <Путина>», – но сам он относится к подобным настроениям скептически. «Мы должны начать жить без иллюзий». Евросоюз должен противостоять постоянному стремлению России разделить европейских политиков.

Определенный диссонанс во внешне единодушное мнение европейцев вносит заявление другого восточноевропейского политика:

(5) Министр иностранных дел Чехии Л. Заоралеk заявил о неразумности разговоров о новых санкциях в отношении России в условиях, когда реализуются минские соглашения. «Если мы видим что-то, что было [в Минске] положено на бумагу, действительно ныне на востоке Украины выполняется – достигнуто перемирие между воюющими сторонами, идет отвод тяжелой техники и обмен пленными, то мы не можем на это реагировать дополнительными санкциями». Ранее чешское руководство не раз высказывалось против антироссийских санкций и политики давления на Россию в целом. В начале февраля глава чешского государства призвал отменить санкции как можно скорее.

Время от времени подобные мнения звучат из уст авторитетных политиков Запада, коих вряд ли можно заподозрить в особых симпатиях к России. Сравн. высказывания министра иностранных дел Германии Франк-Вальтера Штайнмайера:

(6) Вашингтон и Брюссель разошлись в санкционном вопросе. Запад больше не может находиться в состоянии постоянного конфликта с РФ. Верховный представитель ЕС Федерика Могерини заявила, что санкции нельзя впредь считать мягкой мерой. Одновременно глава МИД Германии Франк-Вальтер Штайнмайер предположил, что поиск политического решения на юго-востоке Украины займет десятилетия, но Запад не обязан все это время конфликтовать с Россией. Таким образом, в вопросе давления на Москву Европа все сильнее расходится с США.

Кроме того, немецкому министру иностранных дел принадлежит следующее суждение:

(7) «Чего нам сейчас не следует делать, так это продолжать обострять ситуацию бряцанием оружия и боевыми кличами». ... Те, кто считает, что «передвижения танков обеспечат больше безопасности на восточных границах НАТО», заблуждаются. ... Попытки использования военной силы и политики устрашения были бы «роковой ошибкой», поскольку, помимо стремления к укреплению безопасности, нужно всегда быть готовым к диалогу.

Следует напомнить, что в начале 2016 г. западные политики и А. Меркель, в частности, со всей настойчивостью заявляли о необходимости продолжения санкций против России, связывая их с невыполнением минских соглашений:

(8) Ангела Меркель: Ключевой игрок ЕС – Германия – не отрицает санкции как инструмент влияния на Россию, но полагает, что это крайний вариант, к которому можно будет прибегнуть только в случае, если возможности дипломатического формата окажутся полностью исчерпаны. Евросоюз введет новые санкции, только если Минские соглашения будут грубо нарушены. «Пока мы констатируем хрупкий режим прекращения огня, который нам бы хотелось сделать стабильным».

Чуть позже А. Меркель озвучила свою позицию в отношении того, что:

(9) Евросоюз не намерен снимать санкции с России. «Так как Минские соглашения не были выполнены до конца, нам придется продолжать санкции в отношении России». Санкции в отношении РФ могут быть сняты только при условии выполнения всех положений соглашения "Минск-2"

В целом, события последнего времени (май-июнь 2016 г.) свидетельствуют о том, что антироссийская риторика не снижает своего накала, поэтому очевидно, что санкции против России будут продолжены. "Группа семи" в Японии выступила за продление санкций в отношении России, предупредив: если действия Москвы "того потребуют", ограничительные меры могут быть даже



усилены. Власти РФ, в свою очередь, заверяют: новость о сохранении санкций не стала сюрпризом, и их продление не принесет пользы глобальной экономике.

(10) Упомянув в примирительной тональности важность диалога с Россией как по украинскому, так и по другим кризисам, политики, тем не менее, подробнее остановились на действующих в отношении России санкциях. ... Срок действия санкций напрямую связан с полным выполнением Россией минских соглашений и соблюдением суверенитета Украины. ... Санкции могут быть отозваны, когда Россия выполнит эти обязательства. Однако мы готовы принять дальнейшие ограничительные меры, чтобы повысить издержки России, если ее действия потребуют этого"

Еще одним из примеров активного вокабуляра последнего времени является термин «импортозамещение», сформировавшего целый концепт. Он возник в результате курса на импорто-замещение, взятый Россией в связи с введенными против нее в 2014 г. западными санкциями. Импортозамещение – это процесс замещения импортных товаров и услуг продукцией отечественного производства. Важным аргументом в этой экономической и, как следствие, информационной войне стали ответные меры России по созданию аналогов и контрсанкции, введенные российскими властями. Эти вопросы в течение последнего времени активно обсуждаются в деловых кругах и простыми гражданами, и имеют поэтому массу полярных точек зрения. С одной стороны,

(11) ... последствия (импортозамещения) оказались неоднозначными: потребители были вынуждены отказаться от привычных продуктов, производители порадовались открывшимся перед российским бизнесом возможностям ... Некоторые плоды импортозамещения мы уже видим, какие-то еще только должны увидеть. Сходить с дороги импортозамещения правительство не собирается, а промышленники стараются как можно крепче закрепиться в тех нишах, которые прежде были недоступны.

Импортозамещение квалифицируется как положительное явление, дающее новый импульс российской экономике, с которой

(12) ... должен быть снят груз чрезмерных издержек в виде коррупции и произвола монополий; должна быть модернизирована инфраструктура, потому что сейчас имеются избыточные издержки из-за нехватки инфраструктуры в широком смысле этого слова; в-третьих, необходим разумный протекционизм, потому что импортозамещение невозможно, когда страна открыта настежь; в-четвертых, должна быть грамотная промышленная политика, т.е. предприятия должны получить на время окупаемости инвестиций льготный режим, хотя бы в приоритетных областях; ну и в-пятых, должно быть разумное управление валютным курсом, т.е. рубль должен быть не переоценен, а скорее недооценен.

В оппозиционных медиа можно встретить и другие, подчас весьма резкие комментарии:

(13) Не вопрос, выживем. Куда нам деваться. Перейдем с «Макфы» на «Доширак». Вопрос в другом. Не то худо, что худо сейчас, а то худо, что нет предпосылок для того, чтобы становилось лучше. Понадеяться бы на частную инициативу, бизнес, творчество освобожденных масс — как в 90-х, но пространство и дух, витающий над ними, выглядят строгими, зачищенными; ждать нечего. Все выровнено по нитке, люди в значительной части своей воли, энергии, порывов отменены ... Так вот, знать бы, для чего их отменили? Для чего деньги идут не населению, а на борьбу с ним — всевозможным контролирующим органам и силовикам? Сколько дерут с бабок за их 6 соток? Да им доплачивать должны, что они горбатятся над вашим «импортозамещением»!

1.2. Использование различных источников сообщения

Успех продвижения мнения и принятие какого-либо решения связаны с обеспечением максимального коммуникативного эффекта, когда сообщение приходит из разных источников. Это особенно важно в ситуациях, связанных с необходимостью достижения того уровня эффективности информирования и пропаганды, существующего в условиях переизбытка медиапредложений. Для медиаполитической повестки дня последнего времени и интеллектуальных лидеров, формирующих общественное мнение, важно добиться успеха в этой информационной войне. Так, в «украинском» вопросе в российском обществе к настоящему моменту достигнуто определенное равновесие, прежде всего, за счет сбалансированного представления различных источников информации с разных идеологических флангов. Сравн. изложение информационной версии, связанной с ситуацией в Донбассе:

(14) Глава Донецкой народной республики (ДНР) Александр Захарченко выступил резко против выдвигаемой официальным Киевом идеи направить на Донбасс вооруженную миссию ОБСЕ. Впрочем, это не мешает украинской стороне настаивать на своем предложении, которое имеет одну прикладную цель — дальнейший отказ от выполнения Минских соглашений.

(15) Захарченко заявил, что его самопровозглашенная республика не будет проводить местные выборы по украинским законам. По его словам, Донецк не будет «плясать под дудку» Киева и не прогнется под санкциями Евросоюза. «Выборы будут по нашему сценарию», — заключил лидер



ополченцев. В подтверждение своих намерений этой осенью ДНР проведет праймериз, в которых не смогут принять участие украинские партии. При этом Захарченко подчеркивает, что после непосредственного избрания местных властей Донецк завершит формирование независимого государства (по словам полпреда ДНР в Минске Дениса Пушилина, выборов может не быть ни в этом, ни в следующем году). Захарченко считает, что Киев все еще может удержать ДНР в составе единой Украины. Для этого он должен наделять Донецк правом самостоятельно обеспечивать собственную оборону, в том числе контроль над границей, решать вопросы внешней и внутренней политики, образования, а также экономики, включая сбор налогов. «Дело за малым — заставить Киев согласиться на все это и увести свои войска со всей территории Донецкой области».

В середине мая – начале июня 2016 г. ситуация в Донбассе резко обострилась:

(16) ... Огонь ведется практически по всей линии разграничения. Это происходит на фоне обнародованных президентами РФ и Украины условий мирного урегулирования конфликта. У президентов РФ и Украины Владимира Путина и Петра Порошенко разное видение путей к миру в Донбассе. Своеобразный заочный диалог начал российский президент. Он считает, что бои не прекратятся, пока Украина не завершит конституционную реформу в части децентрализации власти, не согласует вопрос проведения местных выборов в ДНР и ЛНР, а также не объявит амнистию защитникам республик. «И нельзя откладывать эти решения под предлогом того, что в зоне безопасности, в зоне разграничения кто-то в кого-то стреляет».

Подобное разнообразие мнений и «мозаичная» риторика обусловлены тем, что, по крайней мере, среди лидеров наблюдается стремление заполучить на свою сторону общественное мнение, в т.ч. в отношении элиты, выражающей характерный (пусть не высокий) уровень поддержки. Не случайно поэтому, что любое достижение информационного доминирования связано с распространением стереотипных мнений, суждений, оценок и т.п.

1.3. Продвижение информации с помощью клишированных суждений и эмоциональных оценок

Нередко язык «используется» так, что употребление ключевых единиц медиаполитического репертуара (напр.: концепт "реформа" и его рецепция) делает их предметом идеологических дебатов у представителей «левого» и «правого» флангов:

(17) ... авторы пенсионной реформы в России задумали иной механизм накопительной части пенсии - взять государственные средства из государственного пенсионного фонда и отдать частным пенсионным фондам. ... Население России не приучено направлять собственные средства на свои пенсии, а добровольно-принудительный механизм должен был обеспечить действие пенсионной реформы. И как это было «обеспечено», стало понятно через 10 лет даже нашему правительству.

(18) попытка Правительства снять с себя ответственность за надвигающийся развал ВАКовской системы заставляет вспомнить закон о реформе РАН; повторяется уже опробованная схема аргументации: старая система недееспособна, давайте что-то новое создадим. ... Встает вопрос: кто эта «пятая колонна», которая ведет российскую науку к развалу? Здесь два крыла есть. Одно либеральное, прозападное, и Ливанов, конечно, душой с ним. Его соавторы уже некоторые съехали. А второе – это те, кто близок к власти и пытается «приватизировать», и научную сферу, и бюджет. В данном случае оба этих крыла удовлетворены и Ливановым, и Министерством и помогают проталкивать такие законы.

(19) Дмитрий Медведев уже озвучил необходимость структурных преобразований экономики, которые позволили бы преодолеть сегодняшние кризисные явления; ... никаких реформ за счет людей правительство проводить не собирается. «Исполнительная власть демонстрирует в хорошем смысле консервативный подход, проявляет высокую степень социальной ответственности».

(20) «Нет необходимости ничего кардинально менять в российской пенсионной системе вплоть до момента окончания реализации Стратегии развития пенсионной системы, – заявил Валерий Рязанский: «В России начинается новая пенсионная реформа. Кому это нужно?»

(21) По словам замсекретаря Генсовета «Единой России», никакие реформы в нашей стране не будут проводиться за счет граждан.

Под языковой репрезентацией и в сути способов интерпретации подобного рода «социальных конфликтов» активно используется метафорический аспект их представления / интерпретации. В различных текстах и дискурсах язык выступает средством повествования о конфликте; объектами метафорического моделирования становятся участники конф-ликта, их действия, конфликтная ситуация. Что касается динамики конфликта, то метафорическому моделированию нередко подвергается предконфликтная (латентная) и конфликтная (открытая) стадии конфликта [Антонова, 2013, с. 7-8]. В зависимости от того, какие цели преследует повествующий, у аудитории складываются определенный образы объекта и его участников, формируются разные оценки ситуации. Один и тот же «конфликт» может интерпретироваться и представляться по-разному в зависимости от целеполагания



повествователя, его ценностных установок, которые определяются, в том числе, и условиями самого дискурса [Антонова, 2013, с. 6].

Для большей адекватности описания функциональных реалий на макроструктурном уровне медиатекста и заложенной в его содержательной части коммуникативной ситуации, основным репрезентантом выступает композиция с ее широко распространенной клишированностью, в т.ч. в отношении структуры новостей [Негрышев, 2014, с. 79]. Не касаясь механизмов интерпретативности, реализующихся в медиатексте, в качестве примера возьмем медийное освещение событий, связанных с борьбой с терроризмом и противодействием ИГИЛ:

(22) Тезис 1. Вашингтон пытается вести борьбу с ИГИЛ или скорее лишь обозначать ее в рамках сложившихся в годы холодной войны стереотипов и политики двойных стандартов.

Тезис 2. Пока не просматривается желание Вашингтона инициировать миротворческую операцию (гуманитарную интервенцию) в рамках мандата ООН с широким привлечением в коалицию России, Китая, Индии и одной из ключевых региональных держав – Ирана. Затрудняет борьбу с ИГИЛ и «двойная игра» монархий Персидского залива.

Тезис 3. ... не развенчав модель и идеологию радикального ислама, не прекратив приток новых тысяч джихадистов со всего мира, не лишив поддержки ИГИЛ со стороны местного суннитского населения, не блокировав военную, финансовую, материальную и другую помощь извне, добиться решающего перелома в борьбе с этим террористическим монстром в обозримом будущем вряд ли удастся. ... Победить ИГИЛ можно лишь общими усилиями всех заинтересованных государств и предпочтительно под эгидой ООН.

1.4. Партийный жаргон

Среди активно используемых приемов информационного доминирования можно выделить формирование и «задействование» особого стиля языка, своего рода «партийного жаргона» (от нем. *Parteijargon*) [Пастухов, 1998, с. 126-127] и др. Конечно, понятие «партийного жаргона» давно ушло от однозначного ассоциирования его с языком идеологии и пропаганды. Но, по сути, это тот же язык групп и организаций, который на практике представляет собой весьма эклектичное образование. Групповые мнения в свете их партийной принадлежности могут быть охарактеризованы как фиксация границ и сфер ответственности государства и социума. С их помощью бюрократическая система активно оперирует такими понятиями как «свобода», «конкуренция», «правда» и т.д. В этом случае, правда, можно ожидать определенных отклонений в их читательском (пользовательском) понимании. Часто оказывается, что «разумное» и «правильное» использование терминов свидетельствует лишь о том, что в условиях идеологической конкуренции их понятийная основа сводится к их преимущественному использованию не как средства номинации, а как инструмента продвижения политической власти. Многие политики давно поняли, что концептуальная конкуренция и «война концептов» просто необходимы власти. Что касается самой терминологии, то использование слов «широкой семантики» значительно повышает степень воздействия на общественное мнение.

Политический жаргон определенной группы, табуированные в политическом отношении слова («социализация», «холодная война», «самоотчуждение», «идентичность», «реформы 90-х», «олигархический капитализм», «план Путина», «восточный вектор», «майские указы», «страны-изгои», «модернизация», «генеральная линия партии», «преобразования в жизни общества», «кремлевский режим», «народ Украины», «письмо счастья», «возвращение в родную гавань» и т.п.) являются показательными примерами. Этот «жаргон» становится реальной основой в формировании общественного мнения, когда возможно ожидать самых неожиданных «перекрещиваний» и констелляции «проблемных» коммуникативных ситуаций:

(23) Удержать от «великих потрясений» может трансформация нынешнего госкапитализма «друзей» в конкурентную олигархическую экономику в рамках авторитарного режима.

Или:

(24) Мы не собираемся сдавать экзамен на «демократическую пригодность». Нам нередко высказывают претензии по поводу «управляемой демократии» (а есть иная? до недавнего времени мы были единственным государством в мире с неуправляемой демократией, что для России по последствиям было равнозначно неуправляемой ядерной реакции)... озабоченность «доброхотов» вызывает более всего то, что демократия управляема изнутри, а не извне, как того желалось бы кому-то. Модель внешнего управления, к которой сегодня уверенно дрейфуют некоторые страны СНГ под аплодисменты по поводу их «порыва к свободе», для России неприемлема.

А также:

(25) Партия находится в постоянном диалоге с гражданами

Медведев: Работа по обобщению предложений однопартийцев и сторонников Партии носит постоянный характер ... на Съезде Партии мы приняли новую редакцию Программы, с которой мы идем на выборы, работа по обобщению предложений наших однопартийцев и всех сторонников Партии носит постоянный характер и никак не связана с избирательной кампанией.



Или:

(26) ЛДПР сегодня – единственная настоящая партия России!

Но первыми были МЫ. Другое столь популярное в наши дни явление – патриотизм. Его также в конце 80-х гг. первой в повестку дня поставила ЛДПР. С мая 1991-го г. как кандидат в президенты, Жириновский заявил о патриотизме как основе идеологии ЛДПР. Любить Россию, главный народ – русский, чтобы в национальном вопросе устранить дискриминацию как наследие пролетарского интернационализма КПСС. В любом здании, какими бы ни были красивыми окна, плафоны, главное – фундамент. Убираем фундамент и здание рухнет. Так и национальный состав. Русский народ должен скреплять всю страну. Он – везде. И он все создал.

Легитимация узкогрупповых интересов, артикулируемая с помощью идеологических клише, обеспечивает объяснение и оправдание институционального порядка, придает ему ценностно-нормативный характер (т.н. «знаниевая» форма ценностных представлений). Отсюда, в частности, стремление к наукообразности, наблюдаемое у любого «изма» [Михайлов, 2005].

(27) Пятая колонна внутри страны продолжает гнать русофобию и антисоветизм. Ибо мы выстояли перед всеми набегами, но национализм, русофобия и антисоветизм оказались самым грозным оружием, которое разорвало границы Советского Союза, уничтожило десятки тысяч предприятий, вынудило разбежаться в разные стороны народы, жившие в единой стране. И это стало настоящей трагедией для всех нас.

Б.В. Бирюков в своем труде «Социальная мифология, мыслительный дискурс и русская культура» совершенно справедливо определяет сферы значимости, связанные с легитимацией идеологических клише, в которых мир конструируется как ирреальный, как эрзацмир. Это мир воображаемых сущностей и неосуществимых идеалов. Для его внедрения разрабатываются искусственные мотивационные структуры, неадекватные реалиям ценностные стандарты [Бирюков, 2006, с. 18-44].

Идеологемы обесмысливания текста и их «социальное обеспечение» сводятся, в принципе, к означиванию:

1) смысловой пустоты (идеология включает в себя ряд положений, суждений, принципов, которые являются «пустыми формулами» и не несут в себе какого-либо отчетливого содержания);

2) всеобщей значимости (универсальная применимость для любого неосмысленного предложения, коль скоро оно сформулировано в тексте; идеологические клише этому условию удовлетворяют, т.к. обеспечивают ситуативный контекст, в котором это предложение приобретает смысл);

3) элитарного генезиса («пустые формулы» принимаются и получают распространение в социальном коллективе; в силу своего иллюзорного характера они внедряются в коллектив, социальную группу, элиту и т.п., заинтересованные в данной идеологии);

4) легитимации (возникновение, генезис идеологии в социальном коллективе, в котором в противовес идеологии господствующего социального слоя, находятся люди, сомневающиеся в предлагаемых идеологией формулах и интерпретациях).

1.5. Решительное отстаивание мнения через систему аргументов, отсутствие сомнений в правильности собственных действий, суждений и оценок

Весьма распространенным правилом медийной репрезентации и продвижения коммуникативного события становится решительность в отстаивании аргументов, отсутствие сомнений в правильности собственных действий и т.д. Это своеобразная программа, делающая, по мнению ее представителей, медийную политику особенно результативной. По этой причине реальность окружающего мира часто не подтверждается фактами, а выставляется за счет ... грубых действий, укладывающихся в сценарий гибридной войны. Последний предполагает усиление роли медиа в ней: «Мы ни в чем не участвуем, но для вашего же блага вам следует в это поверить». Готовность поверить – и есть условие возможной сделки, гарантирующей, что вы сами не станете предметом гибридного интереса». В качестве примера можно привести ситуацию с увольнением ряда сотрудников и обыски в медиахолдинге РБК:

(28) Отказ РБК от прежних амбиций, изъятие этого издания из той схемы, которая сложилась сегодня на российском медиарынке, грозит окончательно превратить этот рынок в музей.

а также:

(29) Другие издания должны будут сделать выводы из показательной гибридной порки, устроенной РБК. Если, несмотря на ресурсы Прохорова, с его медиа могли обойтись, таким образом, то более мелким игрокам нечего надеяться на внезапную либерализацию и оттепель. Нужно старательно практиковать самоцензуру и публиковать отчетные документы о съездах правящей партии.

Существуют также примеры позитивных, одобрительных утверждений, связанные с продвижением положительного образа власти, выражением заботы о национальных интересах,



работы на благо общества и т.п. В статье «Медведев договорился с «настоящим сословием» сообщается о поддержке и отстаивании прав предпринимателей России:

(30) «Предпринимательство у нас уже стало настоящим сословием, и от его самочувствия зависит все в нашей экономике». Он порадовал представителей агробизнеса продлением антисанкций еще на год. По словам Д.А. Медведева, при подготовке ведомственных инструкций чиновники слишком мало советуются с предпринимателями, а законодатели мало слушают работодателей.

Приведенные примеры отражают стратегию заявлений, которые во многом противоречат реальностям сегодняшнего дня. При этом представители правительственной идеологии не предлагают обсуждения, дискуссии. Известный коммуникативный лозунг "TINA" = ThereIsNoAlternative ("альтернативы не существует") отмечен и в современной медийной практике. Но он не может быть господствующим, т.к. нео-либеральные реформаторы, чья идеология пострадала в ходе финансового и экономического кризиса, требуют продолжения реформ и во время кризиса (сравн.: «Мы выйдем сильными из кризиса»):

(31) ... в стране сохраняется общая макроэкономическая и бюджетная стабильность. ... «Ситуация на мировых рынках, на рынках международных финансов остается для нас неблагоприятной. Основные показатели нашей экономики, хоть и замедлили падение, но все-таки еще находятся в отрицательной зоне. Тем не менее, общая макроэкономическая и бюджетная стабильность сохраняется».

Однако этот тезис не всегда подтверждается реальными фактами:

(32) Ранее считалось, что уменьшение ВВП, падение розничной торговли, сокращение доходов населения и бюджета несовместимы с понятием «стабильность». Но в России своя терминология. Поэтому у нас чиновники называют стабильностью уже хотя бы замедление скорости падения. Впрочем, даже это замедление видно далеко не везде. Социологи фиксируют новое сокращение текущих расходов россиян, которые теперь стали реже заходить в магазины. ... Пятимесячный тренд низкого среднего чека говорит о продолжающемся режиме экономии. Но раньше потребители в целях экономии чаще ходили по магазинам, посещая большее количество торговых точек в поисках лучших ценовых предложений. Теперь же поведение граждан изменилось – они избегают частых посещений магазинов.

Любая форма противодействия и критики в медиа является отраженным свойством контактности. Если брать систематические процессы существующей медиа-системы, то можно заметить сознательные примеры разрушения, наступления и даже агрессии в изображении процессов окружающей (медийной) действительности. В этом случае, опираясь на доверие к медиасистеме, можно найти не только экспертные, но и пользовательские оценки распространяемой информации. В плоскости практической политики это означает такую дистрибуцию новостей, в которой оценка политики звучит только из уст т.н. «экспертов». В наиболее болезненных вопросах – политики и экономики – это обеспечивает ее положительное восприятие, которое при вдумчивом и внимательном подходе или в процессе принятия решений выглядит как ревизия позиций общественности. В этой ситуации учреждения, фонды и инициативы действуют не в интересах граждан, а скорее в угоду интересам правительства или коалиционного большинства. Часто медиа приглашают профессоров и специалистов; эти аналитики работают в интересах банков и крупных корпораций. В их экспертных заключениях содержится большая часть их повседневной работы. Но одновременно это и специальный формат презентации сообщения, т.к. позиции экспертов опосредуют самые различные формы коммуникативного обмена.

1.6. Обман и распространение слухов

Но прежде всего, коммуникативно значимое событие служит выражению активного действия, приковывающего внимание читателя. Эту характерную черту очень часто используют как своего рода информационный «крючок», на который подвешивают сведения второстепенного плана. Другие важные события, которые невозможно подвесить на такой «крючок», как правило, интересуют журналистов гораздо меньше и о них будет сказано лишь вскользь [Пастухов, 2015, с. 165].

Медиа занимают заинтересованную позицию в отношении лжи и обмана. Для них нередко не существует выбора, как представить читателю (зрителю) информацию о политиках и бизнесменах. Им предстоит решить вопрос, как «через газеты и телевидение внедрить в сознание людей заранее сфабрикованную ложь» [Щербатых, 2007, с. 578-579]. Внешняя цензура, партийная ориентированность издания, конкретные исторические условия (война, выборная кампания), учет ожиданий аудитории, требования рекламодателя и еще масса причин определяют степень, в которой издание готово исказить реальные пропорции по отношению к той картине действительности, которую медиа рисует для своего адресата. Журналист может участвовать в этом искажении осознанно или неосознанно, с готовностью или против своей воли. Переплетение всех этих обстоятельств и создает разные ситуации, толкающие журналиста на отклонение от истины [Майданова, Чепкина, 2011, с. 202-203].



Современные медиакommunikативные практики дают многочисленные примеры искаженной информации и даже мистификаций: от игры, шутки до преднамеренного обмана. Такое новое явление в медиа, как фейк, требует своего самого разностороннего анализа. В связи с этим вполне закономерно стремление ученых в выявлении основных типов медиафейков, описании приемов их создания и функций. О.С. Иссерс дает следующие определения термину фейковый: 1) мифический, искусственный, «невсамделишный»; 2) манипулятивный; 3) слабый, неэффективный; 4) демонстративно-показательный, ненастоящий [Иссерс, 2015, с. 19]. Частью современного медиапространства стали т.н. фейковые новости. От сегодняшнего потребителя новостного контента требуется не только умение читать новости, но и анализировать их. Очень часто сообщения, опубликованные в Сети, даже на сайтах серьезных медиа, являются неправдой:

(33) Крымские татары призвали Турцию пересмотреть свою позицию по Крыму.

Об этом сообщает РИА "Новости" со ссылкой на руководителя движения "Къырым" Ремзи Ильясова. По мнению представителей крымско-татарского объединения, признание полуострова частью России будет способствовать укреплению безопасности в Черноморском регионе и значительно ускорит преодоление политического кризиса между Москвой и Анкарой, сообщает LIFE.

В электронных медиа можно найти множество примеров информации, достоверность которой не всегда подтверждается. Интернет подсказывает «информационные поводы» и помогает найти нужные факты, однако, нередко под видом сенсаций предлагает явную ложь:

(34) Федор Конюхов пропал с радаров

Российский путешественник Федор Конюхов 12 июля (2016 г.) отправился в кругосветный полет на воздушном шаре «Мортон» и пропал с FlightRadar. Однако, по данным его собственного сайта, полет продолжается.

Мистификация, построенная на введении в заблуждение, может окружать даже вполне обыденные события. В сети мистификаторов рискуют попасть и вполне «добросовестные» издания, профессионально работающие с информационными ресурсами» [Иссерс, 2015, с. 21]:

(35) «17-летний космонавт из КНДР побывал на Солнце»

Соответствующий сюжет был показан в выпуске северокорейских новостей. Якобы 17-летний космонавт под именем Хунг Ил Хонг совершил минувшей ночью высадку на Солнце. Согласно легенде, старт космического корабля был произведен в 3 часа утра по местному времени — космонавт полетел в темное время суток, чтобы спастись от жары. По прилету Хонг высадился на поверхность светила, взял пробу грунта, после чего благополучно полетел обратно в КНДР, где его уже ждал лидер нации товарищ Ким Чен Ын.

Заключение

Подводя итоги, отметим, что производство и воспроизводимость тем медийного интереса в своей главной интенции представляет собой пиар политики и самих медиа. Это прием политического маркетинга, в котором граждане, не обладающие медиакомпетенцией, не всегда способны распознать намерения конкурирующих политиков: им уготованы лишь внешние, поверхностно-созерцательные, отчасти дилетантские суждения. В последнее время политические партии активно используют эти правила для концентрирования усилий именно не на программах, а на медиаполитическом дизайне. Медиаинсценирование политики имеет далеко идущие последствия: зрители ток-шоу и телевизионных дуэлей ждут вовсе не содержательного и правдивого освещения реальной политики, а исполнительства. Отсюда все более важными и статусными становятся политологи, советники по связям с прессой, эксперты по политическому маркетингу, руководители политических исследований и т.д.

Параллельно происходит процесс своего рода эстетизации политики. Развлекательные медиа и политические агентства используют хорошо известные ходы: то, что говорится, никоим образом не определяет качества и правдивости сказанного. Важно как сказано: политика формируется без идеи, а ведение неудобных споров и дискуссий неплохо вписывается в рамки ритуализации, в которой заранее известно, кто участвует, что говорит и какой ответ на вопрос будет дан респондентом.

Очевидно, что дизайн политических медиа испытывает потребность в обновлении форматов, расширении сфер и подходов в транслировании информации. Последние по большей части стабильны, но здесь очень легко можно стать жертвой сторонних воздействий. Интервью, ток-шоу, теледебаты с участием представителей партий, сопровождающиеся ритуальным «выводом слонов» (тот, кто в них выступает, тот и «звезда»), представляют собой не что иное, как парад знаменитостей. Более того, публикуемые институтами общественного мнения или самими медиа рейтинги политиков практически не отражают симпатии простых граждан, которым как раз интересны сами персоналии, их «личная» история, а не политическая система или последствия политических решений в ней.

Таким образом, медиа характерно оформляют ситуации политической коммуникации, прежде всего, как единство новостей, рекламы и развлечения. В политейменте зрители и читатели удовлетворяются «минимой» близостью к сильным мира сего, подпитываются иллюзией видения



будущего. Другая часть общества, которая претендует на звание «элиты», не может считаться таковой, если она не отвечает медийным требованиям. Для нее любая замкнутость и необновляемость, независимость как безответственность, национальная безыдейность, идеология несоблюдения национальных интересов – все это признаки уже не «элиты» в строгом смысле слова, а «лжеэлиты», или «квазиэлиты» [Анненкова, 2014, с 73].

В немецком медиавакабуляре существует такой термин – Meinungsmache (ср.: сила мнения): [См.: Krüger, 2013; Sieber, 2014; Bergmann, Pörksen, 2007; Müller, 2010]. В условиях освещения политических проблем эта сила мнения, борьба за мнения приобретает ярко выраженный персонализированный характер. В медиадемократии действует некое число акторов, для которых персонализация как раз и означает задействование всех участников политического процесса. И медиатизация политики, и ее персонализация признаются при этом как неизбежные. Можно даже вывести некую формулу: в той степени, в какой мы редуцируем сложность информирования посредством доверия, в той же мере политика должна быть персонализирована. Персонализация политики и мнений о политиках часто заменяют суждения о существе дела [Пастухов, 2015, с. 103-104]. Возможно, это отчасти объясняет существующие различия в медиаоценках (допуская их неодинаковый или противоположный характер), но одновременно это показательно характеризует особенности медийной репрезентации события в плане повторяемости и воспроизводимости. Нет сомнения, что в череде изучения разнообразных граней современного коммуникативного процесса все эти явления требуют к себе особого отношения и признания их в качестве новых, динамичных объектов исследования.

Литература

- Анненкова И.В. «Элита» и «лжеэлита» как системные понятия медиацентричной культуры // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2014. – № 26 (197). – Вып. 24. – С. 71-74.
- Антонова Т.Г. Метафорическое моделирование социального конфликта в медиадискурсе: ключевые дискурсивные метафоры // Язык и культура. Приложение. – 2013. – № 2. – С. 5-18.
- Баранов А.Н., Паршин П.Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. – М., 1986. – С. 100-143.
- Бирюков Б.В. Социальная мифология, мыслительный дискурс и русская культура // Homolegens 3: сб. статей. – М.: Школьная библиотека, 2006. – С. 18-44.
- Болыч Н. Азбука медиа. – М.: Европа, 2011. – 136 с.
- Гришаева Л.И. Фазы развития события «выборы президента России» в зеркале заголовков немецких медиатекстов // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: Мат-лы докл. V Межд. Интернет-конф. «Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации» (26-28 февраля 2013 г.) – Саратов: ИЦ «Наука», 2013. – С. 29-43.
- Гришаева Л.И. Парадоксы медиалингвистики. – Воронеж: Наука-Юнипресс, 2014. – 296 с.
- Иссерс О.С. Феномен медиафейка: от пародии до обмана // Русский язык и литература в пространстве мировой культуры: Мат-лы XIII Конгресса МАПРЯЛ (г. Гранада, Испания, 13-20 сент. 2015 г.) / Ред. кол.: Л.А. Вербицкая, К.А. Рогова, Т.И. Попова и др. – В 15 т. – Т. 13. – СПб.: МАПРЯЛ, 2015. – С. 18-24.
- Карасик В.И. Медиадискурс в социалингвистическом аспекте // Лингво-страноведение: методы анализа, технология обучения. Одиннадцатый межвузовский семинар по лингвострановедению (Москва, 10-11 июня 2013). Сб. статей в 2 ч. – ч. I. Языки в аспекте лингвострановедения / Моск. гос. ин-т межд. отн. (Университет) МИД России. – М.: МГИМО-Университет, 2014. – С. 10-19.
- Красикова Т.Р. Особенности конструирования социально значимого события в медиатекстах новостных выпусков телеканала «Дождь» // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. – Т. 24. – № 26(197). – 2014. – С. 98-109.
- Майданова Л.М., Чепкина Э.В. Медиатекст в идеологическом контексте : монография. – Екатеринбург: Гуманитарный ун-т, 2011. – 304 с.
- Михайлов В.А. Социология общественного мнения: Уч. пос. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2005. – 384 с.
- Негрышев А.А. Интерпретация в новостях СМИ: потенциал синтагматической структуры текста // Меди@льманах. – 2014. – № 1. – С. 78-83.
- Ним Е. «Игрушко митингуэ»: в поисках теории медиатизации гражданского протеста // Журнал исследований социальной политики. – 2016. – Том 14. – № 1. – С. 55-70.
- Пастухов А.Г. «Unser» как идеологическое клише // Язык и социум: Мат-лы II Междунар. науч. конф. – Минск, 1998. – ч.1. – С. 126-127.
- Пастухов А.Г. Какой текст становится медиатекстом: к проблеме отбора новостей // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе / отв. ред. А.Г. Пастухов. – Вып.6. – Орел: ОГИИК, ПФ «Оперативная полиграфия», 2008. – С. 272-281.
- Пастухов А.Г. Ресурсы информационного доминирования: анализ 'формата' новостных сообщений // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. – вып. 7 / отв. ред. А.Г. Пастухов. – Орел: ОГИИК, ООО ПФ "Оперативная полиграфия", 2009. – С. 248-263.
- Пастухов А.Г. Agendasetting или установление повестки дня в медиатексте // Медиатекст: стратегии – функции – стиль : коллективная монография / Л.И. Гришаева, А.Г. Пастухов, Т.В. Чернышова (отв. ред.) – Орел: Орловский государственный институт искусств и культуры, ООО «Горизонт», 2010. – С.171-185.



Пастухов А.Г. Документация, оценка и классификация фасцинативных реакций в медиа // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвуз. сб. науч. тр. – вып. 11 / отв. ред. А.Г. Пастухов. – Орел: ОГИИК, ООО «Горизонт», 2013. – С.159-174.

Пастухов А.Г. Медийные персонажи в фокусе: о ком пишут журналисты? // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Сер.: Гуманитарные науки. – 2015. – № 12 (209). – Вып. 26. – С. 102-112.

Пастухов А.Г. Возможные рефлексии дискурса власти в анализе коммуникативного события // Дискурсы власти: коллективная монография / Н.А. Меркурьева, А.В. Овсянников, А.Г. Пастухов (отв. ред.). – Орел: Орловский гос. институт культуры, ООО «Горизонт», 2015. – С. 147-207.

Пицера Т.Н. Барьеры восприятия публичного образа политика // Полис. – 2000. – № 4. – С. 132-134.

Плотникова С.Н. Технологизация дискурса: процесс и результат // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. – 2008. – № 4. – С. 138-146.

Плотникова С.Н. Дискурсивные технологии и их роль в конструировании социального мира // Вестник Моск. гос. лингв. ун-та. – 2015. – № 3 (714). – С. 72-83.

Шевченко В.Д. Пространственная и хронологическая доминанты в дискурсе // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2015. – № 3. – С.44-53.

Щербатых Ю.В. Искусство обмана: популярная энциклопедия. – М., 2007.

Якоба И.А. Деконструкция дискурсивной технологии власти // Вестник Волгогр. гос. ун-та. Сер. 2. Языкознание. – 2015. – № 5 (29). – С. 194-196.

Arlt, Hans-Jürgen, Storz, Wolfgang: „Bild“ und Wulff – Ziemlich beste Partner. Fallstudie über eine einseitig aufgelöste Geschäftsbeziehung. Eine Studie der Otto-Brenner-Stiftung. – Frankfurt/Main, 2012. – 88 S.

Bergmann, Jens; Pörksen Bernhard (Hrsg.): Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert. – Münster: Solibro-Verlag, 2007. – 344 S.

Fiske J. Media matters: Everyday Culture and Political Change. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1994.

Gabriel Oscar W.: Politische Einstellungen und politische Kultur, In: Gabriel, Oscar W./Holtmann, Everhard (Hrsg.): Handbuch Politisches System der Bundesrepublik Deutschland. 3., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. München/Wien: Oldenbourg, 2005. – S. 457-522.

Janich, Nina: Massenmedien // Metzler Lexikon Kultur der Gegenwart. Hrsg. von R. Schnell. – Stuttgart, Weimar: J.B. Metzler, 2000.

Krüger, Uwe: Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. – Köln: Herbert von Halem Verlag, 2013. – 375 S. (Reihe des Instituts für praktische Journalismus und Kommunikationsforschung 09);

Müller, Albrecht: Meinungsmache: Wie Wirtschaft, Politik und Medien uns das Denken abgewöhnen wollen. München: Knaur Taschenbuch Verlag, 2010. – 493 S. – S. 129.

Niedermayer, Oskar: Bürger und Politik. – 2. akt. u. erw. Aufl. – Wiesbaden: VS Verlag, 2005.

Sieber, Samuel: Macht und Medien: Zur Diskursanalyse des Politischen. – Bielefeld: Transkript Verlag, 2014. – 288 S.

Список источников иллюстративного материала

Кривошапко Ю. А вас я попрошу остаться. Работодатели сокращают расходы на персонал, но штаты не трогают // Российская газета. – № 6971 (103). – 6.05.2016. – Режим доступа: <http://rg.ru/2016/05/16/rabotodатели-sokraschajut-rashody-na-personal-no-shtaty-ne-trogiut.html>

Егорова Е. «Мозговой штурм» экономики. Путин засекретил заседание Экономического совета: слишком много разногласий // Московский комсомолец. – 26.05.2016. – Эл. версия: <http://www.mk.ru/economics/2016/05/25/putin-zasekretil-zasedanie-ekonomicheskogo-soveta-slishkom-mnogo-raznoglasiy.html>

Бапкатова А. Из кризиса – в новую стабильность. Руководство страны подготовит красивые обещания на 2025 год // Независимая газета. – 26.05.2016. – Эл. версия: http://www.ng.ru/economics/2016-05-26/1_crisis.html

Туск: ЕС не готов к новым санкциям, несмотря на «провокации» Путина. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <https://regnum.ru/news/polit/1903145.html#ixzz3U41x9Lu9> (09.03.2015)

МИД Чехии считает неразумными разговоры о новых санкциях. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://vseruss.com/index.php?p=4&catId=3&newsId=23491> (03.03.2015)

Вашингтон и Брюссель разошлись в санкционном вопросе. – Эл. ресурс. – Режим доступа: http://www.ng.ru/world/2015-03-06/1_sanktsii.html (06-03-2015)

Штайнмайер раскритиковал бряцание оружием у границ России. – 18.06.2016. – Эл. версия: <https://lenta.ru/news/2016/06/18/steinmeier> (21.06.2016)

Вашингтон и Брюссель разошлись в санкционном вопросе. – Эл. ресурс. – Режим доступа: www.ng.ru/world/2015-03-06/1_sanktsii.html (06.03.2015)

Меркель: санкции против России будут продолжены. – Эл. ресурс. – Режим доступа: www.vesti.ru/doc.html?id=2715102 (01.02.2016)

"Группа семи" была по-японски сдержанна. Лидеры G7 пока не готовы снять санкции против России // Коммерсант. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/2999398> (28.05.2016)

Десягин М.: Импортзамещение в России // Завтра. – 15.09.2014. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://zavtra.ru/content/view/importozameschenie-v-rossii-kak-izbezhat-perekosov-i-realizovat-potentsial> (15.09.2014)

Десягин М. Импортзамещение в России. Пять конкретных шагов. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://delyagin.ru/articles/81213.html>



- Не жили богато, а стали жить бедно // Новая газета. 13.05.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://www.novayagazeta.ru/society/73059.html>
- Дульман П. Война чужими руками // Российская газета. – 30.05.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://rg.ru/2016/05/30/doneck-vystupil-protiv-policejskoj-missii-obse.html>
- Аваков А. Захарченко потребовал от Порошенко передать ДНР всю Донецкую область // Московский комсомолец. – 29.05.2016 – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/politics/2016/05/29/zakharchenko-potreboval-ot-poroshenko-peredat-dnr-vsya-doneckuyu-oblast.html>
- Ивженко Т. В Киеве не будут менять Конституцию // Независимая газета. – 30.05.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: http://www.ng.ru/cis/2016-05-30/1_ukraina.html
- Куликов Н.И., Лутовинова В.В. Пенсионная реформа в России: вчера, сегодня, завтра. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <https://kprf.ru/party-live/opinion/149129.html> (30.11.2015)
- Капин Б.С. Реформа аттестации научных кадров: зачем? – Эл. ресурс. – Режим доступа: <https://kprf.ru/dep/gosduma/activities/149804.html> (26.12.2015)
- Исаев А. У правительства есть четкая программа действий. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://er.ru/news/141412/> (19.04.2016)
- Рязанский В. Российская пенсионная система не нуждается в кардинальных изменениях. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://er.ru/news/141990/> (12.05.2016)
- Железняк С. Главная цель усилий государства – сохранение человеческого капитала. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://er.ru/news/141409> (19.04.2016)
- Иванов С. Террористический монстр не сдаётся: ИГИЛ продолжает оставаться одной из основных угроз региональной и международной безопасности // Независимое военное обозрение. Приложение к «Независимая газета». – Эл. ресурс. – Режим доступа: http://nvo.ng.ru/realty/2015-03-06/15_terror.html (06.03.2015)
- Микиртумов И. Шкала ценностей: Конкурентная олигархия // Ведомости. № 4028. – 04.03.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/03/04/632499-oligarhicheskie-kapitalizm>
- «Федеральный справочник» – ведущее общественно-политическое издание России, в котором широко представлены мнения и позиции руководителей ведущих министерств и ведомств России. Содержит основные направления развития страны, а также аналитические и справочные материалы в области экономики, финансов и права, социальной сферы и международного сотрудничества. См.: Косачев К. Место России в мире XXI века. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://federalbook.ru/files/FS/Soderzhanie/FS-21/XII/Kosachev.pdf>
- Д. Медведев: Работа по обобщению предложений однопартийцев и сторонников партии носит постоянный характер / Официальный сайт партии «Единая Россия». – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://er.ru/news/144039> (11.07.2016).
- Партия / Официальный сайт Либерально-демократической партии России. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://ldpr.ru/party> (16.06.2016)
- Г.А. Зюганов: Увековечение памяти тех, кто укреплял нашу государственность, – историческая обязанность патриотов / Официальный сайт Коммунистической партии Российской Федерации. – Эл. ресурс. – Режим доступа: www.kprf.ru/party-live/cknews/157037.html (18.07.2016)
- Мартынов К. Конец РБК: гибридная война против медиа // Новая газета. – № 51. – 16.05.2016. 13.05.2016 <http://www.novayagazeta.ru/columns/73075.html>
- Там же.
- Зубов М. Медведев договорился с «настоящим сословием» // Московский комсомолец. – 28.05.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2016/05/27/prodliv-prodovolstvennoe-embargo-medvedev-vyslushal-zhaloby-oligarkhov.html>
- Медведев констатировал макроэкономическую стабильность в стране / Gazeta.ru. – 12.07.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/business/news/2016/07/12/n_8871641.shtml
- Сергеев М. Магазины уже обходят стороной. Потенциал сокращения расходов населения практически бесконечен // Независимая газета. – 13.07.2016. – Эл. ресурс. – Режим доступа: http://www.ng.ru/economics/2016-07-13/1_shops.html
- Крымские татары призвали Турцию пересмотреть свою позицию по Крыму. . – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://politikus.ru/v-rossii/79740-krymskie-tatary-prizvali-turciyu-priznat-poluostrov-rossijskim.html> (Politikus.ru) (01.07.2016)
- Федор Конюхов пропал с радаров. – Эл. ресурс. – Режим доступа: http://tvzvezda.ru/news/vstrane_i_mire/content/201607122042-jc4p.htm (12.07.2016)
- «17-летний космонавт из КНДР побывал на Солнце». – Эл. ресурс. – Режим доступа: <http://rustoria.ru/post/novosti-kotoryh-ne-bylo-glavnye-fejki-proshedshej-nedeli/> (09.11.2014).